



Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

4FE008 Business Development, 15 högskolepoäng
Business Development, 15 credits

Huvudområde
Företagsekonomi

Ämnesgrupp
Företagsekonomi

Nivå
Avancerad nivå

Fördjupning
A1N

Fastställande
Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2009-11-30

Senast reviderad 2010-12-17. Litteraturrevidering

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2011

Förkunskaper
Kandidatexamen i företagsekonomi, med 60 högskolepoäng i marknadsföring (motsvarande ämnen) och engelska B-språk.

Förväntade studieresultat

Efter fullgjord delkurs förväntas studenten
ha breda kunskaper om

- Betydelsen av regional dynamik
- De transformativa möjligheter Internet erbjuder
- De möjligheter övergången mot en upplevelseekonomi erbjuder
- Förekomsten av olika perspektiv på kompetens och kunskap
- Olika perspektiv på entreprenörskap och affärsutveckling

ha färdigheter i

- Att applicera olika teoretiska perspektiv på utveckling och förändring i en företagskontext
- Att tillämpa modeller och andra teoretiska verktyg från kursen i en företagskontext

förstå

- Möjligheterna och konsekvenserna av att använda ett antal teoretiska perspektiv i en affärsutvecklingskontext

Innehåll

Kursen Affärsutveckling aktiverar, med utgångspunkt i företags agerande på en marknad, olika perspektiv och teoretiska modeller i avsikt att problematisera förgiven tagna föreställningar kring förändring och utveckling.

Kursen betraktar särskilt Affärsutveckling som en pågående och fortlöpande tillblivande process. Det underliggande temat är att medan Internet erbjuder talrika möjligheter till utveckling och förändring, förändras inte den inneboende kraften i det regionala företaget och den fysiska platsen.

Kursen behandlar särskilt:

- Kraften i regional och virtuell dynamik
- Glokalisering
- Nätet och nätverkande
- Skiftet mot en upplevelsebaserad ekonomi
- Olika perspektiv på kunskap och lärande
- Teoretiska perspektiv på förändring, mobilisering och utveckling
- Affärsutveckling som intrig
- Imitation som innovation

Undervisningsformer

Föreläsningar, handledning och seminarier

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Kursvärdering

En kursvärdering genomförs i slutet av kursen. Utvärderingsresultatet sammanställs i en kursrapport, vilken arkiveras hos institutionens administration. Resultatet av utvärderingen och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle.

Kurslitteratur och övriga läromedel

obligatorisk kurslitteratur

Bourdieu Pierre, 2005 *The Social Structures of the Economy*, Polity Press 180 pages

Normann, Richar, *Reframing Business, when the map changes the landscape*, Chichester: Wiley, cop 2001, 372 sidor.

Hjorth, Daniel & Kostera, Monika (eds), *Entrepreneurship and the experience economy*, Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 2007, 318 sidor.

Weick, Karl E, *Sensemaking in Organizations*, Thousand Oaks, Calif.: Sage, 1995, 231

Bill, Bjerke & Johansson (eds), 2010 *(De)Mobilizing the Entrepreneurship Discourse - Exploring Entrepreneurial Thinking and Action*, Edward Elgar, 250 pages.

Callon, M; Lascoumes, P & Barthe, Y (2009): *Acting in an Uncertain World. An Essay on Technical Democracy*. Cambridge, Massachusetts. MIT Press.

Artiklar

Akrich, M; Callon, M & Latour, B (2002): "The key to success in innovation part I: The art of intercession", *International Journal of Innovation Management*, Vol 6, No 2, pp 187-206

Akrich, M; Callon, M & Latour, B (2002): "The key to success in innovation part II: The art of choosing good spokespersons", *International Journal of Innovation Management*, Vol 6, No 2, pp 207-225

Callon, M (2007): "An Essay on the growing contribution of economic markets to the proliferation of the social", *Theory Culture & Society*, Vol 24, pp 139-163